COMMUNICATION PUBLIQUE ET POLITIQUE

Bibliographie mise à jour en mars 2011

1-LA COMMUNICATION PUBLIQUE ET POLITIQUE EN QUELQUES POINTS CLÉS P.2

2-GENERALITES SUR LA COMMUNICATION P.3

Ouvrages
Article

3-LA COMMUNICATION PUBLIQUE : GENERALITES P.6

Ouvrages
Articles
Sites web

4-LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE P.11

Ouvrages
Articles

5-LA COMMUNICATION DE L'UNION EUROPÉENNE P.12

Ouvrages
Articles
Site web

6-LA COMMUNICATION DES COLLECTIVITES TERRITORIALES P.15

Ouvrages
Article

7-LA COMMUNICATION POLITIQUE P.17

Ouvrages
Articles

8-LA COMMUNICATION MEDIATIQUE P.20

Ouvrages
Articles

9-LA COMMUNICATION DE CRISE P.22

Ouvrages
Articles
Site internet

Signale les **documents librement accessibles en texte intégral** en ligne : cliquez sur l'icône pour y accéder.

Les icônes encadrées de rouge signalent les autres sources accessibles en ligne en texte intégral **aux publics internes à l'Ecole uniquement** (sur place, ou à distance *via* http://extranet.ena.fr).

➔ signale les documents de référence sur le sujet

Bibliographie réalisée par le centre de documentation de l'Ecole Nationale d'Administration.
L'accès aux documents primaires est réservé aux publics autorisés.
Les documents sont classés, dans chaque partie, par ordre alphabétique d'auteur, et de titre s'il n'y a pas d'auteur.

1- LA COMMUNICATION PUBLIQUE ET POLITIQUE EN QUELQUES POINTS CLÉS

INTRODUCTION

La communication publique est pour l'Etat une **fonction stratégique** à plusieurs titres :

✔ c'est avec elle qu'il répond à ses obligations d'**information du citoyen** sur les données et les actions publiques ;

✔ c'est grâce à elle qu'il peut **sensibiliser le citoyen à certaines causes d'intérêt public** ;

✔ et enfin elle est au cœur de sa **politique d'image**.

Si la communication publique s'exerce à **plusieurs niveaux** (national, local mais aussi supranational avec l'Union européenne), elle doit aussi en permanence s'adapter à différents types de messages sur **différents types de support**. Aux médias traditionnels s'ajoutent désormais les supports internet et les outils du web 2.0, qui rendent nécessaire sa perpétuelle évolution.

Cette notion est voisine de celle de **communication politique**, qui est pratiquée par la personne publique non pas lorsqu'elle exerce le pouvoir public, mais lorsqu'elle tente de le conquérir. Si ses règles et modalités d'exercice sont différentes, elle reste bien dans la sphère du débat public.

POUR UN APERÇU DU SUJET EN QUELQUES LECTURES CLÉS

✔ **Centre des études européennes de Strasbourg. - La communication sur l'Europe : regards croisés**
Strasbourg : CEES, 2007. - 203 p. ; 22 cm. - (Concours Union européenne)

✔ **Cohen-Bacrie, Bruno. - Vade-mecum de la communication territoriale : 66 fiches détaillées pour tout comprendre sur la communication territoriale**
Héricy : Puits fleuri, 2009. - 476 p. ; 21 cm. - (Gestion & organisation, 1955-284X)

✔ **Gerstlé, Jacques. - La communication politique**
2e éd. - Paris : A. Colin, 2008. - 255 p. ; 19 cm. - (Cursus. Science politique)

✔ **Lemaire, Myriam ; Zémor, Pierre (dirigé par) ; postface de Jean-Marc Sauvé. - La communication publique en pratiques**
Paris : La Documentation française, 2008. - 442 p. ; 24 cm

✔ **Zémor, Pierre. - La communication publique**
4e éd. - Paris : PUF, 2008. - 127 p. ; 18 cm. - (Que sais-je ? ; 2940)

2- GENERALITES SUR LA COMMUNICATION

Ouvrages

Baril, Denis. - Techniques de l'expression écrite et orale : une méthode de formation, savoir communiquer, nombreux exemples, exercices et corrigés
11e éd. - Paris : Sirey, 2008. - 345 p. ; 21 cm. - (M&thod Sirey)
302.224 2 BAR

Barrier, Guy. - La communication non verbale : comprendre les gestes, perception et signification
4e éd. - Paris : ESF, 2008. - 191 p. ; 24 cm. - (Formation permanente. Développement personnel ; 117)
302.2 BAR

Bellenger, Lionel. - Réussissez vos prises de parole
Paris : ESF, 2006. - 125 p. ; 21 cm. - (Management : les guides)
302.224 2 BEL

Breton, Philippe. - Convaincre sans manipuler : apprendre à argumenter
Paris : La Découverte, 2008. - 151 p. ; 22 cm
302.224 2 BRE

Breton, Philippe. - L'argumentation dans la communication
4e éd. - Paris : La Découverte, 2007. - 121 p. ; 18 cm. - (Repères ; 204)
302.2 BRE

Cabin, Philippe (sous la dir.). - La communication : état des savoirs
2ème éd. - Auxerre : Sciences humaines éditions, 2005. - 353 p. ; 22 cm
302.2 COM

Huet, Jérôme ; Maisl, Herbert (sous la dir. de). - Code de la communication 2009
4e éd. - Paris : Dalloz, 2009. - 1539 p. ; 20 cm. - (Codes Dalloz)
US 343.099 COD

Corroy, Laurence ; Gonnet, Jacques. - Dictionnaire d'initiation à l'info-com
Paris : Vuibert, 2008. - 351 p. ; 23 x 16 cm
US 302.2 COR

Gauducheau, Isabelle. - Prendre la parole en public : guide pratique
2e éd. - Paris : Ellipses, 2008. - 234 p. : il. en noir et blanc ; 24 cm. - (Optimum)
302.2 GAU

Hall, Edward Twitchell. - Le Langage silencieux
Paris : Seuil, 1984. - 234 p. ; 18 x 11 cm. - (Points, 0768-1143 ; 160. Essais, 0768-0481)
302.23 HAL

Heiderich, Didier. - Modèle de plan de communication
Paris : OIC éditions, 2007
658.45 HEI

Libaert, Thierry ; préface de Isabelle Ockrent. - Le plan de communication : définir et organiser votre stratégie de communication
2ème édition. - Paris : Dunod, 2003. - 241 p. ; 24 cm. - (Fonctions de l'entreprise : Marketing communication)

658.3 LIB

Marsan, Christine ; Daverio, Fabrice. - La communication d'influence : décoder les manipulation et délivrer un message éthique dans une société en mutation
Paris : CFPJ, 2009. - 221 p. ; 23 cm.

302.2 MAR

Miribel, Marielle de (sous la dir. de). - Concevoir des documents de communication à l'intention du public
Villeurbanne : ENSSIB, 2001. - 287 p. ; 21 cm. - (La boite à outils)

302.2 CON

La mondialisation de la communication / sous la direction de Paul Rasse
Paris : CNRS, 2010. - 168 p. ; 19 cm. - (Les essentiels d'Hermès)
Le mondialisation de la communication est retracée à travers ses étapes les plus significatives et les bouleversements techniques, culturels et sociaux qui en résultent. L'accent est également mis sur les stratégies globales mises en place pour contrer son hégémonie et sur les réactions identitaires qu'elle suscite. Comprend notamment un article de Domique Wolton sur les enjeux de la mondialisation de la communication.

306.4 MON

Ollagnier, Bernard.- Communiquer, un défi français : de l'illusion du tout com' à la communication réelle
Paris : L'Harmattan, 2010. - 152 p. ; 22 x 14 cm. - (Questions contemporaines, 1286-8698)
Du lancement d'Europe 1 en 1955 aux années 2000 avec le tout informatique-numérique, le chemin parcouru en France en matière d'outils de communication a été pour le moins rapide. Mais si les Français ont pu se réjouir de l'émergence de nouvelles technologies, ils ne se sont pas moins méfiés de ces médias susceptibles d'être contrôlés par les plus hautes instances. Analyse.

352.357 OLL

Sauvajol-Rialland, Caroline. - Mieux s'informer pour mieux communiquer : décrypter, sélectionner, transmettre
Paris : Dunod, 2009. - V-196 ; 22 cm. - (Efficacité professionnelle)
En trois parties, l'auteur expose comment décrypter et analyser l'information, puis élaborer une communication claire et efficace en choisissant la bonne stratégie et le support adéquat. La 3e partie permet de s'entraîner à la hiérarchisation des informations.

658.45 SAU

Sfez, Lucien. - La communication
8e éd. - Paris : PUF, 2010. - 127 p. ; 18 cm. - (Que sais-je ? ; 2567)

302.2 SFE

Web social : mutation de la communication / sous la direction de Florence Millerand, Serge Proulx, Julien Rueff.
Québec : Presses de l'université du Québec, 2010. - xviii-374 p. : ill. ; 23 cm.. - (Communication)

Contient notamment : Partie 1 : De la démocratie participative à la citoyenneté numérique. Le web participatif et le tournant néolibéral : des communautés aux solidarités / Nicolas Auray. Le consumérisme politique 2.0 : de l'utilisation militante et citoyenne du web participatif par les consommateurs / Julien Bouillé. Le web 2.0 et l'idéal d'autoorganisation : l'exemple de la Wikipédia francophone / Suzy Canivenc. Les espaces numériques de concertation institutionnels dans l'évaluation des actions publiques locales / Grégory Spieth. Partie 2 : Ferments d'une culture participative. Le web relationnel : vers une économie plus sociale ? / Michel Gensollen. Les musées et le web 2.0 : approches méthodologiques pour l'analyse des usages / Gaëlle Crenn, Geneviève Vidal. Partie 3 : Lien social, identités et nouvelles solidarités. Formats techniques, formats communautaires, formats d'engagement : le cas d'une communauté diasporique / Dominique Boullier, Simon Le Bayon, Françoise Philip. Approche statistique de trois composantes de l'identité numérique dans Facebook / Fanny Georges. Partie 4 : Des dispositifs aux situations d'usage. Contribution et coopération à distance via l'usage de messageries instantanées en entreprise / Christian Licoppe, Serge Proulx, Renato Cudicio. Web participatif et pratiques d'innovation en organisation : des valeurs transmissibles ? / Claudine Bonneau. Usages des folksonomies : analyse comparative des systèmes et pratiques de tagging / Maxime Crépel. Partie 5 : Regards critiques sur l'idéal du web relationnel. Confiner le clair-obscur : réflexions sur la protection de la vie personnelle sur le web 2.0 / Dominique Cardon. Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l'information d'actualité / Franck Rebillard.

004.65 WEB

Westphalen, Marie-Hélène ; Libaert; Thierry. - Communicator : toute la communication d'entreprise
5e éd. - Paris : Dunod, 2009. - 493 p. ; 24 cm.

659 WES

Wolton, Dominique. - Penser la communication
Nouv. éd. - Paris : Flammarion, 2008. - 401 p. ; 18 cm. - (Champs, 0151-8089 ; 781. Essais)

302.2 WOL

Article

Paroles publiques, communiquer dans la cité : [dossier]
In : HERMES : cognition, communication, politique, n° 47, 2007, 246 p.
Contient : Introduction : Communication et débat public / Françoise Massit-Folléa et Cécile Méadel. I. LES MODES DE CIRCULATION DES PAROLES PUBLIQUES. Instituer le débat public : un apprentissage à la française / Laurence Monnoyer-Smith. Des éoliennes en Atrébatie : les TIC dans la boîte à outils de la démocratie dialogique / Marianne Doury et Michel Marcoccia. Forum internet et courrier des lecteurs : l'expression publique des opinions / Dominique Cardon. Le style délibératif de la " blogosphère citoyenne " / Christian Licoppe. De la communication interpersonnelle aux communautés épistémiques : le développement des TIC et l'enracinement du paradigme de la distribution / Olivier Aïm et Yves Jeanneret. L'encyclopédie de la parole possible : édition et scénographie politique sur l'internet. II. IDENTITES ET MEDIATIONS. La racaille peut-elle parler ? Objets expressifs et émeutes des cités / Jérôme Bourdon. " Qui a tué Mohammed el-Dura ? " De la mise en doute informatique d'un fait journalistique / Maud Vincent. La dégradation du débat public : le forum de l'émission " On ne peut pas plaire à tout le monde " / Serge Proulx, Julien Rueff et Nicolas Lecomte. La redéfinition du tiers secteur québécois à l'aune du militantisme technique / Olivier Tredan. Le " journalisme citoyen " en ligne : un public réifié ? / Hervé Glevarec. Moraliser le fantasme : sexualité adolescente et libres antennes radiophoniques. III. Du débat à l'action : construire une position légitime / Nicolas Auray. Le modèle souverainiste des communautés en ligne : impératif participatif et désacralisation du vote / Madeleine Akrich et Cécile Méadel. De l'interaction à l'engagement : les collectifs électroniques, nouveaux militants de la santé / Godefroy Beauvallet. Partie de campagne : militer en ligne au sein de " Désirs d'avenir " / Amar Lakel et Françoise Massit-Folléa. Société civile et gouvernance de l'internet : la construction d'une légitimité ambiguë / Marie-Gabrielle Suraud. Communication ou délibération : les échanges dans la société civile.

3- LA COMMUNICATION PUBLIQUE : GENERALITES

Ouvrages

Benoit, Jean-Marc ; Scale, Jessica. - Bleu, blanc, pub : trente ans de communication gouvernementale en France
Paris : Le Cherche midi, 2008. - 221 p. : ill. en n. et bl. ; 28 x 25 cm
Ouvrage réalisé avec la contribution d'un groupe d'étudiants de Sciences Po, dans le cadre de leur projet collectif de fin de scolarité.
La communication gouvernementale à travers un décryptage de 30 campagnes emblématiques. Une étude sur les méthodes mises au point par les agences traitant de problèmes cruciaux comme le sida, la drogue ou les élections.

352.357 BEN

Bernier, Marc-François ; Demers, François ; Lavigne, Alain... [et al]. - Pratiques novatrices en communication publique : journalisme, relations publiques et publicité
Laval (Canada) : Les Presses de l'Université Laval, 2005. - 176 p. ; 23 cm

352.357 PRA

Communication de l'Etat et gouvernement du social : pour une société parfaite ? / dirigé par Caroline Ollivier-Yaniv et Michael Rinn
Grenoble : PUG, 2009. - 232 p. ; 22 cm. - (Communication, médias et sociétés)
Contient : Première partie : Démocratie, propagande et rhétorique. Deuxième partie : Discours de l'Etat sur la santé et la sécurité. Troisième partie : Communication de l'Etat et débat public.
Les rapports entre le gouvernement, la communication et la rhétorique. Analyse des caractéristiques des discours émanant de l'Etat dans le cadre des campagnes et des débats publics portant sur la prévention, la santé ou encore la sécurité (tabac, sécurité routière, grippe aviaire, sida, terrorisme). Le développement de ces discours est significatif des enjeux de gouvernabilité des sociétés démocratiques contemporaines.

320.014 COM

➔**Communication publique (Paris) [Association des responsables de communication des institutions publiques]. - Les règles d'or, fiches pratiques, techniques et problématiques de la Lettre de Communication publique**
Paris : Communication publique, 2004. - 80 p.-XIII p. ; 28 cm

658.45 REG

Ecole nationale d'administration, promotion Valmy ; groupe animé par Alexandre Basderef ; coord. Jean-Ludovic Silicani. - Comment l'Etat doit-il communiquer ?
Paris : ENA, 1997. - 49 p. ; 30 cm. - (Séminaire à thème commun 1997 : la réforme de l'Etat ; 11)

352.357 COM

Ecole nationale d'administration (Paris / Strasbourg). Direction de la recherche et de la formation permanente, CIC et CSPF 2003-2004, Promotion 13, rue de l'Université ; [sous la direction d'Yves Mansillon]. - La gestion de la communication dans le cadre d'un projet d'envergure : le cas du tramway parisien
Juillet 2004. - Strasbourg ; Paris : ENA, 2004. - 14 p. ; 30 cm. - (Cycle international court et Cycle supérieur de perfectionnement des fonctionnaires. Projet d'équipe)

352.357 GES

Institut Montaigne (France). - Comment communiquer la réforme
Mai 2008. - Paris : Institut Montaigne, 2008. - 83 p. ; 16 cm
Ce rapport propose une réflexion sur le rôle de la communication dans les réformes, ainsi que plusieurs recommandations pour la rendre efficace.

352.357 COM

Lemaire, Myriam ; Zémor, Pierre (dirigé par) ; postface de Jean-Marc Sauvé. - La communication publique en pratiques
Paris : La Documentation française, 2008. - 442 p. ; 24 cm
Contributions à la connaissance des pratiques en communication d'institutions publiques et d'organismes chargés de missions d'intérêt collectif. Ses nouveaux enjeux et objectifs (modernisation de l'Etat, affirmation des collectivités locales, concertation, etc.) sont présentés, ainsi que l'évolution des métiers de la communication publique, avec notamment des exemples en Europe.

352.357 COM

Libois, Boris. - La communication publique : pour une philosophie politique des médias
Paris : L'Harmattan, 2002. - 350 p. ; 22 x 14 cm. - (Communication et civilisation, 1281-6043)

302.2 LIB

Marchetti, Dominique (dirigé par). - Communication et médiatisation de l'Etat : la politique invisible
Grenoble : PUG, 2008. - 197 p. ; 22 x 14 cm. - (Communication, médias et sociétés)
Réflexion basée sur l'exemple de la communication sur la politique de sécurité routière.

302.23 COM

Master professionnel option communication des institutions publiques (ENA /Université Paris IV Sorbonne-CELSA)
Les mémoires de master 2009 sont disponibles au centre de documentation

- Du recours à l'internet en communication politique : révolution d'envergure ou simple dynamisation du marketing politique ? : Analyse à la lumière de la campagne présidentielle 2008 aux Etats-Unis / Cyrille Roméo Oundi Ndozeng ; sous la direction de Françoise Boursin
- Quelle politique de communication de l'Union européenne sur le changement climatique / Coffi Dieudonné Assouvi ; sous la direction de Françoise Boursin et Jean-Emmanuel Paillon
- Contribution à l'étude du marketing politique au Maroc : diagnostic, mise en évidence et analyse de spots électoraux / Youssef Ennahi ; sous la direction de Françoise Boursin et Jean-Emmanuel Paillon
- Quelle stratégie en matière de communication peut adopter le service de communication interministérielle de l'Etat dans les départements pour répondre aux nouveaux enjeux engendrés par les réformes / Camélia Ntoutoume
- La communication en cas de crise alimentaire : autopsie de la communication des autorités publiques françaises pendant la crise de la "vache folle" de 2000 / Meriem Baccouri ; sous la direction de Françoise Boursin et Jean-Emmanuel Paillon
- Comment la France et le Japon relèvent le défi de la communication sur la pandémie grippale ? / Fumi Irie ; sous la direction de Françoise Boursin et Jean-Emmanuel Paillon

VOIR LE CATALOGUE

Messager, Marianne ; préf. de Marceau Long. - La communication publique en pratique
Paris : les Ed. d'Organisation, 1994 (Paris : Impr. Jouve). - 367 p. ; 24 cm. - (Collection Service public)

352.357 MES

Ministère de la fonction publique. - Le sens de la relation : préconisations sur les fonctions de communication des institutions de service public / rapport au Ministre d'Etat, ministre de la fonction publique et de la modernisation de l'administration ; [par] Pierre Zémor ; rapporteur, Frédéric Scanvic
Paris : la Documentation française, 1992 (Paris : Impr. Jouve). - 150 p. : tabl. ; 24 cm. - (Collection des rapports officiels, 0981-3764)

352.357 ZEM

Noir sur Blanc (Paris). - L'enseignement supérieur à l'épreuve de la communication : le premier livre blanc sur les enjeux de la communication dans l'enseignement supérieur et la recherche
Paris : Noir sur Blanc, 2009. - 80 p. ; 24 cm

378 ENS

Ollivier-Yaniv, Caroline ; Rinn, Michael (dirigé par). - Communication de l'Etat et gouvernement du social : pour une société parfaite ?
Grenoble : PUG, 2009. - 232 p. ; 22 x 14 cm. - (Communication, médias et sociétés)
Analyse des caractéristiques des discours émanant de l'Etat dans le cadre des campagnes et des débats publics portant sur la prévention, la santé ou encore la sécurité (tabac, sécurité routière, grippe aviaire, sida, terrorisme).

320.014 COM

Ollivier-Yaniv, Caroline. - L'Etat communiquant
Paris : PUF, 2001. - 323 p. ; 21 cm. - (La politique éclatée)

352.367 OLL

Rotelli, Fausto ; sous la direction de Pierre Zemor ; ENA, Promotion Simone Veil, 2004-2006. - La communication publique entre réforme et modernisation
Strasbourg ; Paris : ENA, 2006. - 75 p. ; 30 cm. - (Master en administration publique : Cycle international long)

352.357

Sellier, Dominique ; préface de Véronique Richard. - La communication gouvernementale en Europe : analyse comparative
Paris : L'Harmattan, 2006. - 102 p. ; 22 cm. - (International)

352.357 SEL

Xie, Liang ; sous la direction de M. Dorandeu ; ENA, Promotion Emile Zola, 2008-2010. - La communication des opérations extérieures : étude de cas de la lutte contre la piraterie en Somalie
Strasbourg ; Paris : ENA, 2009. - 55 p. ; 30 cm. - (Master en administration publique : Cycle international long)

302.23 XIE

Zémor, Pierre. - La communication publique
4e éd. - Paris : PUF, 2008. - 127 p. ; 18 cm. - (Que sais-je ? ; 2940)

352.357 ZEM

Zémor, Pierre. - Le défi de gouverner, communication comprise. Mieux associer les citoyens ?
Paris : L'Harmattan, 2007; 22 cm. - (Communication et civilisation)
A l'occasion de cette conversation, Pierre Zémor revient sur l'incompréhension qui entoure la communication dans l'action publique, ses errements, ses dérives. Il interroge également les solutions pour sortir de cette crise de la communication publique à travers notamment le parler juste, appelant de ses voeux une démocratie plus communicante, permettant d'associer les citoyens aux décisions, prônant le bon usage du débat public et de la démocratie participative.

352.357 ZEM

Articles

Bessières, Dominique. - La quête de professionnalisation des communicateurs publics : entre difficulté et stratégie
In : Formation emploi, n° 108, 2009, octobre-décembre, p. 39-52
Les communicateurs publics, souvent contractuels, peinent à intégrer le modèle dominant du fonctionnaire recruté par concours ; dès lors, ils recherchent des stratégies alternatives de professionnalisation.

Communication publique – numéro spécial
In : Revue Française d'Administration Publique, n° 58, avril-juin 1991.

Conseil en communication : dossier
In : L'ENA hors les murs, n° 361, 2006, mai, p. 2-29
Contient notamment : Les spécificités de la communication publique / Eric Giuily. La communication de crise vue par un préfet / Daniel Cadoux. Une communication dans un contexte de crise sanitaire majeure : l'épidémie de chikungunya à La Réunion / Paul Vergès. Pour une professionnalisation de la communication et de la gestion de crise / Eric Pélisson. La communication politique et les élections / Jacques Séguéla. Les belles de jour en politique / Philippe Lançon.

Dubé, Bernard ; Facal, Joseph ; Mazouz, Bachir. - La communication, un outil de gouvernance des partenariats public-privé : quelques enseignements tirés du cas Bonjourquébec.com
In : Revue française d'administration publique, n° 130, 2009, p. 291-306
Des rapports communicationnels bien maîtrisés dans le cadre des projets conçus, réalisés, financés et/ou exploités en partenariats public-privé (PPP) sont déterminants pour leur bonne gouvernance. Parce que la sphère privée et la sphère publique constituent des espaces spécifiques d'agencement de modes de production de biens ou de services, leurs configurations organisationnelles, mécanismes de coordination, structures et processus de fonctionnement sont différentes. La théorie de l'agir communicationnel de Jürgen Habermas offre la possibilité de se référer à un cadre conceptuel faisant de la communication un outil de gouvernance des PPP. L'étude de cas à laquelle cet article est consacré illustre bien l'importance des rapports communicationnels, au sein de deux instances de direction de BonjourQuébec.com, qui est un PPP entre Tourisme-Québec et Bell.

L'Etat communicant : [dossier]
In : Administration [revue de l'administration territoriale de l'Etat], n° 224, 2009-2010, décembre-janvier, p. 9-124
Contient : Avant-propos : L'Etat communicant, ou la communication au service de chacun / Frédéric Mitterrand, ministre de la culture et de la communication. Avant-propos : la communication gouvernementale, enjeux et perspectives : entretien avec Thierry Saussez, délégué interministériel à la communication, directeur du Service d'information du gouvernement [SIG]. Le CSA [Conseil supérieur de l'audiovisuel], un régulateur au coeur des enjeux de société : entretien avec Michel Boyon, président du CSA. Un baromètre pour évaluer la perception de la diversité à la télévision, questions à Michel Boyon. Présentation du Service d'information du gouvernement [SIG] / Etienne Guepratte. Porte-parole du ministère de l'intérieur : aimer le rythme et la variété / Gérard Gachet. La communication des institutions publiques : échanges entre Daniel Canepa, Jean-Pierre Duport et Pierre Zémor. Les préfets connaissent-ils le blues ? / Daniel Canepa. La communication de défense, au service du lien armée-nation / Laurent Teisseire. Parler de la France à l'étranger / Bernard Valero. Quelle communication pour la gouvernance ressources humaines de l'Etat ? / Paul Pény. Les cadres supérieurs de l'Etat et la communication publique / Jean-Emmanuel Paillon. Le rôle et les responsabilités des cellules de communication des préfectures / Josiane Chevalier. La communication de l'Etat en temps de crise / Olivia Grégoire, Grégoire Lucas. La communication de crise / François Théron. Démocratie rime plus que jamais avec communication / Alain Juppé. La conduite du débat public ou l'Etat au service de la communication / Alain Ohrel. La communication d'influence : l'exemple du Conseil économique, social et environnemental / Marie-Claude Dardayrol. De l'écrit à l'écran, la mutation de la communication publique, du papier à l'Internet... / Eric Legale. L'Etat dépense-t-il trop en communication ? / Jean-Marc Benoit, Jessica Scale. En passant de l'institution à la marque, la

communication publique est entrée dans une nouvelle ère / Patrice Kreeis. LCP-AN, la chaîne de "la politique en grand"... / Gérard Leclerc. Ushuaïa TV, une chaîne de télévision pour le développement durable / Didier Sapaut. Canal Académie en quelques mots... / Hélène Renard. Le Conseil de l'Union européenne et les défis de "l'Europe communicante" / Marc Lepoivre. Société de l'information : garder le contact, toujours et partout / Viviane Reding. European Commission welcomes US mode to more independent, accountable, international internet governance / Viviane Reding. Conseil de l'Europe 60 ans après : quels enjeux pour la communication ? / Seda Pumpyanskya. L'Etat communicant en Allemagne / Reinhard Schäfers. Vent'anni di evoluzione della communicazione pubblica in Europa / Stefano Rolando. Mieux communiquer avec les citoyens européens / Fédération européenne des associations de communication publique (FEACP). Eloges et réserves / Jean Riolacci. L'authenticité, principal défi de la communication publique : entretien sur l'évolution de la communication de l'Etat / Pierre Zémor.
Ce dossier s'articule autour de deux thèmes : organisation de la communication de l'Etat ; concurrence ou complémentarité ? Il est complété par une approche européenne.

Moutouh, Hugues. - La communication médiatique déterminant de l'action publique
In : Pouvoirs, n° 119, 2006, p. 15-28
Titre du dossier : La démocratie sous contrôle médiatique
De nombreuses études dénoncent l'impact considérable des médias sur le fonctionnement quotidien de la démocratie. Sans sous-estimer le rôle déterminant de la communication médiatique sur l'action des gouvernants, il faut éviter toute approche simplificatrice.

Ruffat, Jean. - Action publique et devoir de communication
In : La lettre du Management Public, n° 56, 2005, mars-avril, p.1-3
Entretien avec Pierre Zémor, conseiller d'Etat, président de l'association Communication publique, ancien président de la Commission nationale du débat public (CNDP).
Dans cet entretien, Pierre Zémor, en s'appuyant sur des exemples, aborde le déficit de communication publique à l'égard des citoyens.

SIGMA. - Pour une communication efficace entre les services publics et les médias
In : Documents Sigma, n° 9, 1996, 59 p.
Aborde la communication gouvernementale au Royaume-Uni, en Belgique, au Canada, en Hongrie, ainsi que les relations entre la presse et les gouvernements.

Sites web

L'Association des responsables de communication des institutions publiques
http://www.communication-publique.fr/
[consulté le 17/05/2010]
Présente l'association et ses axes d'étude. Les publications ne sont pas accessibles en ligne mais sont pour certaines disponibles au centre de documentation (et notamment La lettre de la Communication publique, publication à laquelle le centre de documentation est abonné).

Cap'com : ressources en communication publique et territoriale
http://ressources.cap-com.org/
[consulté le 17/05/2010]
Actualités de la communication publique et territoriale. Les ressources documentaires ne sont accessibles que sur abonnement payant (à l'exception d'un document par moi téléchargeable librement). Propose aussi un annuaire des professionnels de la communication publique, un agenda ainsi qu'un annuaire de sites.

4- LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE

Ouvrages

Andriamialy, Christian Andry.- La diplomatie française face aux défis du dialogue interculturel sous la direction de Frédéric Charillon
ENA, Direction de la Formation, CIC-CIAP, 2009-2010. - Septembre 2010. - Strasbourg ; Paris : ENA, 2010. - 149 p. ; 30 cm. - (Master en administration publique : Cycle international court et Cycle international d'administration publique).- Bibliogr. p. 116-131.

305.8 AND

Chevrier, Sylvie.- Le management interculturel
2e éd. mise à jour. - Paris : PUF, 2010. - 127 p. ; 18 cm. - (Que sais-je ? ; 2535).- Bibliogr. p. 123-126

658.3 CHE

Meier, Olivier.- Management interculturel. : stratégie, organisation, performance
4e éd.. - Paris : Dunod, 2010. - 314 p. ; 24 cm. - (Management sup).- Bibliogr. p. 300-311. Index.
(Voir notamment la partie 2).

658.3 MEI

Wolton, Dominique.- L'autre mondialisation
Paris : Flammarion, 2010. - 211 p. ; 17 cm.- Bibliogr. dissém. Index.
Analyse l'impact de la mondialisation sur la culture et la communication. Tente de montrer l'importance de la culture comme enjeu politique, la nécessité de construire le multiculturalisme comme un pilier de la mondialisation, le rôle pionnier que peut jouer l'Europe par son histoire et ses choix démocratiques pour créer une autre mondialisation.

306.4 WOL

Articles

Raynal, Serge ; Chedru, Marie.- Multiculturalité et interculturalité en management de projet
In : Humanisme et entreprise, n° 292, avril 2009, 23 p., Bibliogr. p. 21-23
Pour les entreprises, il devient nécessaire d'anticiper l'impact des cultures sur l'économie pour mener au mieux les projets. Dans le nouveau cadre multiculturel de la mondialisation économique, une préparation aux différences culturelles peut s'avérer décisive dans la réussite d'une mission, d'une collaboration, d'une négociation ou d'une implantation géographique dans un autre pays.

5- LA COMMUNICATION DE L'UNION EUROPÉENNE

Ouvrages

Centre des études européennes de Strasbourg. - La communication sur l'Europe : regards croisés
Strasbourg : CEES, 2007. - 203 p. ; 22 cm. - (Concours Union européenne)
Contient : 13 articles : Stratégies de communication : les clés pour agir / Eric Mamer. La politique de communication de la Commission européenne : quelques jalons à travers les textes récents / Caroline Lambert. Jalons pour une communication européenne ambitieuse / Gilles Gantelet. Europe : communication de crise et relations publiques / Christian Garrigues. La communication sur l'Europe : réconcilier les valeurs et les pratiques / Jean-Yves Nicolas. L'impértaif d'établir "un dialogue renforcé" avec les citoyens européens : la nécessité d'une politique de communication décentralisée / Estelle Poudevin. Valoriser l'UE auprès de la jeunesse : comment Faire / Jean-Emmanuel Paillon. Il ne faut pas rapprocher l'Europe des citoyens : sortir des idées reçues pour penser la communication de l'UE / Eric Dacheux. Une politique de l'information ? : Le "système Olivi" ou l'invention des relations de presse à la Commission européenne / Gilles Bastin. L'actualité européenne dans la presse quotidienne régionale / Jean-Claude Kiefer. La communication audiovisuelle des institutions européennes / Claudia Martinez Félix. Internet : outil d'information et de communication / Jean-Michel Thivel.

302.309 4 COM

Commission européenne. - Livre Blanc sur une politique de communication européenne / présenté par la Commission le 1/02/2006

Conseil économique et social. - Contribution du Conseil économique et social au livre blanc sur une politique de communication européenne : avis / du Conseil économique et social sur le rapport présenté par Jean-Marc Roirant, rapporteur au nom de la délégation pour l'Union européenne, séance de bureau du 11 juillet 2006
Mandature 2004-2009. - Paris : Journal officiel, 2006. - IV- 63 p. ; 30 cm. - (Avis et rapports du Conseil économique et social ; 2006-14)

341.242 2 CON

Dacheux, Eric. - L'impossible défi : la politique de communication de l'Union européenne
Paris : CNRS, 2004. - 135 p. ; 24 cm. - (CNRS Science politique)

341.242 2 DAC

Ecole nationale d'administration (Paris / Strasbourg), Promotion Robert Badinter, 2009-2011 . - Rapports des groupes d'action de communication
Paris : ENA, 2008. - pag. mult. ; 30 cm.

- Afin d'améliorer l'adhésion du grand public à l'Union européenne, définir de nouvelles actions de communication en identifiant de nouveaux relais d'opinion pertinents
- Mieux faire connaître aux chefs des petites et moyennes entreprises de l'Union européenne les programmes d'assistance et de soutien qui sont destinés à renforcer la compétitivité et le développement de leur entreprise
- Communiquer sur le "bilan de santé" de la Politique agricole commune à destination des professionnels français
- Expliquer et inciter à la mise en oeuvre opérationnelle par les publics concernés de la directive européenne relative aux normes de plomb dans l'eau du robinet totalement applicable à partir du 25/12/2013
- Comment mieux valoriser auprès des femmes en France les règles de droit européen et les actions concrètes dont elles bénéficient du fait de l'appartenance de ce pays à l'Union européenne

- Comment mieux faire connaître les programmes européens de mobilité des jeunes (Erasmus, Leonardo, Service volontaire européen) auprès des publics directement intéressés par ces programmes (public 16-25 ans) ?
- Mettre en place une action de communication en direction des entreprises françaises sur l'impact et la mise en oeuvre progressive du Paquet Energie-Climat
- Concevoir le dispositif de valorisation en France, de l'Année européenne 2010 de lutte contre la pauvreté et de l'exclusion sociale
- La sensibilisation des entreprises à travers l'Union européenne à leurs obligations en matière de sécurité de produits importés
- Promouvoir le programme Marie Curie (Bourses à de jeunes chercheurs scientifiques) auprès des étudiants européens
- Comment sensibiliser l'ensemble du monde judiciaire (magistrats, avocats et auxiliaires de justice...) à l'évolution de la législation communautaire en matière d'espace judiciaire européen ?
- Comment mieux faire connaître aux collégiens européens l'impact du changement climatique et les moyens dont dispose l'Union européenne pour lutter contre ce dernier ?

A noter : les actions de communication des promotions Aristide Briand, Willy Brandt et Emile Zola sont également disponibles au centre de documentation.

VOIR LE CATALOGUE

Lehmann, Bodo ; sous la direction de Jean-Emmanuel Paillon ; ENA, Promotion Aristide Briand, 2006-2008. - Communiquer l'Europe : conception, stratégies et organisation de la politique de communication de la Commission européenne

Strasbourg ; Paris : ENA, 2007. - 68 p. ; 30 cm. - (Master en administration publique : Cycle international long)

341.242 2 LEH

Articles

Les communications publiques en Europe, sur l'Europe et dans l'Europe : [dossier]

In : Communication publique (Paris), n° 93, 2007, février-avril, 9 p.

Proposition de la Commission sur la communication européenne. Diagnostics et propositions. Pour une bonne communication, une politique plus claire / Jean-Marie Cavada. Etre transparent et se projeter vers l'extérieur / Francesca Ratti. Stimuler une sphère publique européenne / Claus Sörensen.

Dacheux, Eric. - L'inaccessible étoile : la politique d'information et de communication des institutions européennes

In : Etudes européennes, n° 1, 2003, février, 21 p.

Depuis la difficile ratification du traité de Maastricht, les instances européennes cherchent à rapprocher l'Union des citoyens. Pour répondre à cet impératif, la Commission européenne et le Parlement européen ont commandité de nombreux rapports et revu le fonctionnement des organes chargés de diffuser l'information européenne. Pourtant, les dernières élections européennes, le refus initial des Irlandais de ratifier le traité de Nice, les sondages eurobaromètres et les enquêtes qualitatives diligentées par la Commission elle-même le prouvent, rien n'y fait : plus l'Europe devient concrète et plus les citoyens européens semblent se défier de leurs institutions. Quelles sont les raisons profondes de cet échec ? Pourquoi la politique d'information et de communication des instances européennes ne parvient-elle pas à vaincre le scepticisme des citoyens européens ? Tel est l'objet central de ce texte qui porte sur la politique de communication interne de l'UE (en direction des citoyens des pays membres) et non pas sur la politique de communication externe de l'UE (en direction des pays n'appartenant pas à l'Union européenne).

Informer sur l'Europe en France : dossier

In : Horizons stratégiques, n° 6, 2007, octobre, p. 6-113

Quelles stratégies d'information en France sur l'Europe ? / Thierry Chopin et Marie-Cécile Milliat. Information sur l'Europe en France : crise de l'offre, crise de la demande ? / Sylvie Goulard, Pierre Lequiller et Jean Quatremer. Les Français et leur connaissance de l'Europe / Bruno Cautrès. Comment enseigner l'Europe. L'expérience du Manuel d'histoire franco-allemand / Etienne François. L'évolution des structures d'information consacrées à l'Union européenne sur Internet : l'expérience d'EuActiv / Nathalie Lhayani. Les médias et l'Union européenne : le prisme national perdure / Gerd G. Kopper. Rediscovering Europe in the Netherlands : towards strengthened Legitimacy of Dutch EU policy / Ton van den Brink et Mendeltje van Keulen. Les groupes d'intérêt, vecteurs d'information sur l'Europe ? / Mathilde Durand et Hélène Jorry. Europe : le devoir d'informer, le droit de comprendre. Eléments d'une stratégie publique pour la France / François-Xavier Priollaud. La Présidence française et les élections européennes : de la communication institutionnelle à l'information politique ? / Yves Bertoncinie et Thierry Chopin.

Site web

Le site de la Direction Générale communication de la Commission européenne
http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_fr.htm
[consulté le 17/05/2010]
Présente la politique de l'Union européenne en matière de communication, et les actions menées.

6- LA COMMUNICATION DES COLLECTIVITES TERRITORIALES

Ouvrages

Cohen-Bacrie, Bruno. - Vade-mecum de la communication territoriale : 66 fiches détaillées pour tout comprendre sur la communication territoriale
Héricy : Puits fleuri, 2009. - 476 p. ; 21 cm. - (Gestion & organisation, 1955-284X)
66 fiches thématiques pour aider les élus locaux et leurs responsables de communication à répondre aux principales questions posées, notamment en période électorale ou en temps de crise.

658.8 COH

Cohen-Bacrie, Bruno. - Communiquer efficacement autour du développement durable
Paris : Demos, 2009. - 172 p. ; 24 x 17 cm. - (Communication)
Des pistes de réflexion permettent aux collectivités territoriales et aux entreprises de mieux communiquer sur le développement durable. De nombreux exemples dressent les avancées obtenues dans ce domaine.

363.7 COH

Confino, Franck ; avec les contributions de Eric Dupin, Isabelle Hache, Pierre Regnault... [et al.]. - Blogs territoriaux, réseaux sociaux et nouveaux enjeux du web 2.0 pour les collectivités
Voiron : Territorial, 2009. - 190 p. : ill. ; 29 cm. - (Dossier d'experts)

352.367 CON

Hartereau, André. - Proximité et participation : les nouveaux outils de la communication territoriale
Voiron : Territorial, 2009. - 150 p. ; 30 cm. - (Dossiers d'experts ; 631)

302.2 HAR

La Guéronnière, Christian, de ; Le Bras, David. - La communication intercommunale : quels enjeux à l'heure de la réforme territoriale ?
Voiron : Territorial, 2009. - 106 p. ; 21 cm. - (Essais, 1637-0864)
Dresse un état des lieux sur l'intercommunalité et donne des conseils en terme de communication de projets à l'intérieur du cadre intercommunal.

352.16 LAG

Lorant, Guy. - Les collectivités locales face aux défis de la communication
Paris : L'Harmattan, 2005. - 182 p. ; 22 cm
Quelles sont les formes que peuvent prendre la communication des collectivités ? A quoi correspond ce phénomène ? Qu'est ce qui fait la spécificité de la communication publique et plus particulièrement des collectivités locales ?

352.14 LOR

Mégard, Dominique ; Deljarrie, Bernard ; avec la participation de Catherine Falcoz, Didier Rigaud, et Rémy Vernier. - La communication des collectivités locales
Nouvelle éd. - Paris : LGDJ, 2009. - 114 p. ; 18 cm. - (Politiques locales)

352.14 MEG

Meyronin, Benoît. - Le marketing territorial : enjeux et pratiques
Paris : Vuibert, 2009. - VIII-258 p. ; 18 cm
Tour d'horizon, études de cas et exemples de marketing territorial, pour ceux qui s'intéressent à l'attractivité des territoires mais aussi au développement économique, à l'urbanisme et à la communication publique territoriale.

658.8 MEY

Pipard-Thavez, Dominique.- Les règles de la communication publique locale.
2e éd. - Paris : Victoires, 2010. - 281 p. ; 18 cm. - (Droit de la communication ; 36)
Toutes les règles de droit applicables en matière de politiques de communication : gestion du service de communication (recrutement du personnel territorial, passation des marchés publics...) et règles de droit privé (droit de la presse, droit d'auteur, respect de la vie privée).

352.357 PIP

Thébault, Marc.- Construire la communication intercommunale : méthodes et pratiques
Voiron : Territorial, 2010. - 171 p. ; 30 x 21 cm. - (Dossier d'experts ; 650)
La communication intercommunale doit se renouveler et revêtir de nouvelles formes répondant aux exigences institutionnelles, territoriales et locales. Présentation de méthodes et d'outils nécessaires aux responsables intercommunaux de la communication.

352.357 THE

Article

Communication, médias & démocratie locale : [dossier]
In : Pouvoirs locaux, n°52, mars 2002, p. 39-94
Si la professionnalisation de la communication des journaux des collectivités et des médias locaux ont profondément modifié les rapports entre la presse et les élus, depuis 20 ans, la démocratie en sort-elle gagnante ?

7- LA COMMUNICATION POLITIQUE

Ouvrages

Albouy, Serge. - Marketing et communication politique
Paris : Éd. l'Harmattan, 1994 (14-Condé-sur-Noireau : Impr. Corlet). - 340 p. : ill. ; 22 cm. - (Logiques sociales)

324.73 ALB

Bongrand, Michel. - Le marketing politique
2e éd. mise à jour. - Paris : Presses universitaires de France, 1993 (41-Vendôme : Impr. des PUF). - 127 p. ; 18 cm. - (Que sais-je ? ; 1698)

324.73 BON

Boutin, Christine (présenté par). - Les grands discours du XXe siècle
Paris : Flammarion, 2009. - 362 p. ; 18 x 11 cm. - (Champs, 0151-8089. Classiques)
Présente et replace dans leur contexte politique et social des discours marquants du XXe siècle prononcés par Jaurès, Gandhi, Churchill, de Gaulle, Mao, Jean-Paul II, Obama, etc.

327 GRA

Charandeau, Patrick. - Le discours politique : les masques du pouvoir
Paris : Vuibert, 2005. - 255 p. ; 24 cm

302.2 CHA

Cotteret, Jean-Marie. - Gouverner, c'est paraître : réflexions sur la communication politique
Paris : Presses universitaires de France, 1991 (41-Vendôme : Impr. des PUF). - 175 p. : ill. ; 22 cm. - (Politique d'aujourd'hui)

324.7 COT

➔**Delporte, Christian. - La France dans les yeux : une histoire de la communication politique de 1930 à aujourd'hui**
Paris : Flammarion, 2007. - 490 p. ; 24 x 16 cm

320.744 DEL

Dragan, Ion (sous la dir. de). - La communication du politique : regards croisés Est-Ouest
Paris : L'Harmattan, 1999. - 406 p. ; 22 cm. - (Communication)

302.23 COM (PARIS)

➔**Gerstlé, Jacques. - La communication politique**
2e éd. - Paris : A. Colin, 2008. - 255 p. ; 19 cm. - (Cursus. Science politique)

324.7 GER

Lakehal, Mokhtar. - Dictionnaire de science politique : les 1500 termes politiques et diplomatiques pour rédiger, comprendre et répondre au discours politique
3ème édition revue et mise à jour. - Paris : L'Harmattan, 2007. - 447 p. ; 24 cm

US 320.03 LAK

➔**Le Bart, Christian. - Le discours politique**
Paris : PUF, 1998. - 127 p. ; 18 cm. - (que sais-je ? ; 3397)

302.2 LEB

Maarek, Philippe J. (dirigé par). - La communication politique de la présidentielle de 2007 : participation ou représentation ?
Paris : L'Harmattan, 2009. - 213 p. ; 22 cm. - (Communication et civilisation, 1281-6043)
Contributions soulignant la victoire de la démocratie représentative sur l'idée de démocratie participative. Les auteurs analysent le marketing politique mis en valeur par Nicolas Sarkozy et les innovations techniques liées à l'Internet, blog de Ségolène Royal ou "campagnes numériques" échappant à tout contrôle, y compris celui du CSA, selon les auteurs.

324.7 COM

Maarek, Philippe. - La communication politique française : après le tournant de 2002
Paris : L'Harmattan, 2004. – 230 p. ; 22 cm.

324.7 COM

Maarek, Philippe J. - Communication et marketing de l'homme politique
2e éd. - Paris : Litec, 2007. - 466 p. ; 18 cm. - (Carré droit)

324.7 MAA

Mercier, Arnaud (coordonné par). - La communication politique
Paris : CNRS, 2008. - 161 p. ; 19 cm. - (Les essentiels d'Hermès)
Recueil d'études portant sur la façon dont la communication est imbriquée dans le politique, visant à en comprendre les enjeux multiformes. Une analyse des rapports entre médias, communication, identités et politique à travers l'étude du marketing politique, de la médiatisation du politique ou encore du phénomène Berlusconi.

324.7 COM

Negrine, Ralph M. - The transformation of political communication : continuities and changes in media and politics
Houndmills (Hampshire) : Palgrave Macmillan, 2008. - XII-226 p. ; 24 cm.

324.7 NEG

Picquet, Virginie. - L'image du Président : de John Kennedy à Barack Obama
Gap : Ophrys, 2010. - VII-365 p. ; 21 x 15 cm.
Propose une analyse des rapports entre le pouvoir politique et les médias aux Etats-Unis, à travers l'étude de l'image présidentielle et de ce qui contribue à la construire. De Kennedy à Bush, cette image n'a cessé de se dégrader, jusqu'à l'élection de Barack Obama qui représente une rupture. Réussira-t-il à rendre son prestige à l'institution ?

Réguer, David ; Couton-Wyporek, Patrick ; Legris-Desportes, Christiane. - Blogs, médias sociaux et politique
Cholet : Les 2 encres, 2009. - 112 p. ; 21 x 15 cm. - (Sciences humaines)
Analyse du développement des blogs et de l'Internet participatif, de leur influence sur les médias, leur place dans le débat politique, etc.

324.7 REG

Voguet, Emmanuel ; Soubranne, Lilian ; préface de Jacques Séguéla. - Politicart : abécédaire des secrets de la communication politique
La Ferté-Saint-Aubin : L'Atelier de l'archer, 1999. - 158 p. ; 24 cm

324 VOG

Ward, Stephen ; Owen, Diana ; Davis,Richard... [et al.] (edited by). - Making a difference : a comparative view of the role of the Internet in election politics
Plymouth : Lexington books, 2008. - xii-305 p. ; 23 cm.

Articles

La communication politique
In : IGPDE Concours interne et troisième concours d'entrée à l'Ecole nationale d'administration, n° 1, 2010, p. 315-319

Élections et campagnes électorales : dossier / coordonné par Brigitte Masquet
In : Regards sur l'actualité, n° 329, 2007, mars, p. 3-76
Contient notamment : Campagnes électorales d'hier à aujourd'hui : de la propagande classique à la communication politique / Pierre Bréchon.

Mbongo, Pascal. - Liberté et interdits dans la communication politique
In : Petites affiches, n° 187, 2008, 17 septembre, p. 3-12
Cette étude est la version consolidée d'une communication prononcée le 8 février 2008 lors du colloque "Droit et communication politique" organisé par le Centre de droit constitutionnel de l'Université Jean Moulin de Lyon III. La communication politique est ici restreinte à "l'ensemble des discours (...) autres que des déclarations publiques produits par les organisations et les acteurs de la compétition politique en dehors de toute préoccupation électorale immédiate". La communication politique est analysée dans son rapport à la liberté d'expression.

Spiliotis, Konstantinos. - "Faire" de la politique sur Internet : le cas des blogs
In : Le Banquet, n° 26, 2009, juillet-septembre, p. 151-162
Dans la campagne présidentielle américaine de 2008 comme lors de nombreuses élections ayant eu lieu au cours des dernières années, le rôle de l'Internet, et plus précisément des blogs politiques, s'est avéré très important. Mais l'étude du phénomène de l'action politique sur Internet est complexe. Par le jeu du web social, les questions d'ordre marginal ou local prennent une dimension beaucoup plus vaste ; l'expérience individuelle se nourrit de similitudes pour acquérir une dimension collective ; le concept d'action politique mute, la dissémination intense et instantanée d'informations qui caractérise le web donnant en effet à chaque fait social une puissance politique potentielle. Parallèlement, la participation aux blogs est souvent un fait ponctuel, spontané, non réfléxif et éphémère. On comprend aisément dans ces conditions les limites que rencontre la politisation par l'activité sur la blogosphère. Les espaces publics virtuels sont un terrain particulier pour la participation politique, d'où émane surtout l'impression d'une fragmentation explosive de la société civile.

Tronquoy, Philippe (sous la direction de). - La science politique : [dossier]
In : Cahiers français, n° 350, 2009, mai-juin, 94 p.
Contient notamment : Les médias, la communication et la science politique / Thierry Vedel.

Wauquiez, Laurent. - Nouvelle politique, nouvelle communication ?
In : Commentaire, vol. 30, n° 120, 2007-2008, hiver, p. 1005-1015
Le porte-parole du gouvernement Sarkozy, Laurent Wauquiez, analyse la politique de communication au quotidien et la place déterminante de la communication dans l'action politique moderne. Les techniques modernes de communication et l'apparition de nouveaux médias sont venus bouleverser une communication qui consistait à définir ce qui pouvait être dit et ce qui devrait être caché.

8- LA COMMUNICATION MEDIATIQUE

Ouvrages

Argus de la presse (Paris). - Veille et études médias : au coeur des stratégies de communication : livre blanc
Paris : L'Argus, 2006. - 45 p. ; 24 cm

302.23 VEI

Balandier, Georges. - Le pouvoir sur scènes
éd. revue et augmentée. - Paris : Fayard, 2006. – 248 p. ; 21 cm.

324.7 BAL

Balle, Francis. - Médias et sociétés : Edition - Presse - Cinéma - Radio - Télévision - Internet - CD, DVD
13e éd. - Paris : Montchrestien, 2007. - 794 p. ; 22 cm. - (Domat politique, 0986-5225)

302.23 BAL

Balle, Francis. - Les médias
4ème éd. - Paris : PUF, 2009. - 127 p. ; 18 cm. - (Que sais-je ? ; 3694)

302.23 BAL

Bromberg, Marcel ; Ghiglione, Rodolphe. – Discours politique et télévision : la vérité de l'heure
Paris : PUF, 1998. – 224 p. ; 22cm.

324.7 GHI

Dagnaud, Monique. - L'Etat et les médias : fin de partie
Paris : O. Jacob, 2000. - 246 p. ; 22 cm.

302.23 DAG

Derieux, Emmanuel ; avec le concours d'Agnès Granchet. - Droit des médias : droit français, européen et international
5e éd. - Paris : LGDJ, 2008. - 1065 p. ; 20 cm. - (Manuel, 0990-3909)

302.23 DER

Esquenazi, Jean-Pierre. - Télévision et démocratie : le politique à la télévision française 1958-1990
Paris : PUF, 1999. – 387 p. ; 21 cm.

320.014 ESQ

Maigret, Eric (dir.). - Communication et médias
Paris : La Documentation française, 2003. - 128 p. ; 30 cm. - (Les notices de la Documentation française)

302.23 COM

Ollagnier, Bernard.- Communiquer, un défi français : de l'illusion du tout com' à la communication réelle
Paris : L'Harmattan, 2010. - 152 p. ; 22 cm. - (Questions contemporaines, 1286-8698)
Du lancement d'Europe 1 en 1955 aux années 2000 avec le tout informatique-numérique, le chemin parcouru en France en matière d'outils de communication a été pour le moins rapide. Mais si les Français ont pu se réjouir de l'émergence de nouvelles technologies, ils ne se sont pas moins méfiés de ces médias susceptibles d'être contrôlés par les plus hautes instances. Analyse.

352.357 OLL

Sacriste, Valérie. - Communication et médias : sociologie de l'espace médiatique
Vanves : Foucher, 2007. - 383 p. ; 25 cm. - (LMD collection, 1773-4983)

302.2 SAC

Articles

Médias et démocratie : dossier
In : L'ENA hors les murs, n° 355, 2005, octobre, p. 2-29
Contient : Médias et démocratie / Isabelle Gougenheim. Pourquoi diable former les journalistes ? / Hervé Bourges. L'information à la télévision : voir ou comprendre ? / Paul Amar. La télévision et l'information / Jean-Jacques Aillagon. Médias et démocratie : exemple / Sophie Jacquin. Le CSA [Conseil supérieur de l'audiovisuel] et les élections / Dominique Baudis. L'Etat et la presse écrite en France : un régime économique et spécifique / Patrick Raude. Les nouveaux médias : les "gratuits" et les "blogs" / Francis Balle. L'influence des conseillers en communication / Eric Giuly. Médias... méfiance ! / François Broche. Les médias créent du lien dans nos sociétés / Jean-Paul Cluzel. Les médias sont davantage le reflet que l'acteur du débat public / Emmanuel Hoog.
Suite d'articles abordant notamment l'influence des médias sur la société, les aides de l'Etat à la presse, la formation des journalistes, la concurrence entre les supports.

Penser la société des médias. 1 : [dossier]
In : Le Débat, n° 138, 2006, janvier-février, 191 p.
Contient : Du pouvoir des médias à l'éclatement de la scène publique / Denis Pingaud, Bernard Poulet. Contre-pouvoir, méta-pouvoir, anti-pouvoir / Marcel Gauchet. De la propagande à la communication politique, le cas français / Christian Delporte. La société du divertissement médiatique / Oliver Ferrand. Télé-vérité, entretien / Jean-Luc Delarue. Le rapt du réel / Elisabeth Lévy. La question médiatique / Jean-Claude Guillebaud. Le moralisme médiatique / Eric Aeschimann. Le journaliste-idéologue et la crise des quotidiens nationaux / Gérard Spitéri. L'émotion et l'information, entretien / David Pujadas. La critique des médias à l'ère post-moderne / Stéphane Arpin. Bourdieu, la télévision et son trop de mépris pour elle, dix ans après / Jean-Noël Jeanneney. Quand les médias écrivent sur les médias / Bénédicte Delorme-Montini.
Cette première partie s'articule autour de trois thèmes : médias et politique ; une vision du monde ? ; critiques et autocritiques. Elle est centrée sur l'analyse du fonctionnement des médias eux-mêmes, de leur place dans le système institutionnel, des discours qu'ils entretiennent ou suscitent.

Penser la société des médias. 2 : [dossier]
In : Le Débat, n° 139, 2006, mars-avril, 192 p.
Contient : notamment : L'ère Murdoch / James Fallows. Heurs et malheurs de Silvio Berlusconi / Marc Lazar. Portrait de Tony Blair en artiste / Godfrey Hodgson. Le "théâtre Koizumi" / Philippe Pons. Intellectuels et médias. Mémoire, école et télévision. Les métamorphoses de la publicité, entretien / Jean-Marie Dru. Gratuits, le prix à payer / Régis Soubrouillard. "Les médias" face à la destruction créatrice / Jean-Gustave Padioleau. La presse de programmes en France : une popularité para-télévisuelle, 1950-2005 / Jamil Dakhlia. Internet, le média ultime / Christian Vandendorpe. Des radios libres aux skyblogs, entretien / Pierre Bellanger. Où en est l'étude des médias ? / Christian Delporte, Rémy Rieffel. Les médias en France, 1953-2005 : éléments d'une chronologie / Bénédicte Delorme-Montini.
Cette deuxième partie s'attache plus particulièrement à l'examen des retombées des médias dans plusieurs domaines stratégiques, ainsi qu'à la dynamique du système qu'ils forment.

9- LA COMMUNICATION DE CRISE

Ouvrages

Combalbert, Laurent.- Le management des situations de crise : anticiper les risques et gérer les crises
Paris : ESF, 2005. - 207 p. ; 24 cm. - (Formation permanente. Série entreprise)
Contient un plan d'autoformation et des exercices corrigés.

658.4 COM

Combalbert, Laurent.- Le négociateur : document
Paris : Presses de la cité, 2009. - 233 p. ; 23 x 14 cm.
L. Combalbert dévoile les coulisses d'un négociateur de crises. Après une évocation de sa formation de base, il retrace plusieurs affaires emblématiques qu'il a eu à traiter au cours de sa carrière. Il décrit dans le détail son mode opératoire mettant en valeur l'importance du contact, psychologique et physique, entre le négociateur et son interlocuteur, quel qu'il soit.

302.3 COM

Crocq, Louis ; Huberson, Sophie ; Vraie, Benoît .- Gérer les grandes crises : sanitaires, écologiques, politiques et économiques
Paris : O. Jacob, 2009. - 297 p. ; 22 cm. - (Psychologie) .- Bibliogr. p. 285-289.
Trois experts en psychologie se livrent à la fois à une analyse théorique sur la crise et le stress et à des conseils pratiques pour canaliser l'urgence et préconiser des conduites à tenir. Avec des exemples de crises et d'exercices de crise. (Voir les chapitres 5 et 7).

658.45 CRO

Dubos, Corinne .- La crise en 100 mots
Paris : La Documentation française, 2007. - 212 p. ; 18 cm
En situation de crise, chaque mot a son importance. La communication devient stratégique. Le lexique employé est aujourd'hui aussi important que les actions menées.

363.1 DUB

Fusalba, Thierry.- Planification et gestion de crise : planifier et mettre en oeuvre une stratégie de sortie de crise
Paris : L'Harmattan, 2008. - 253 p. ; 24 x 16 cm
L'auteur propose une méthode qui transpose les principes de planification et de gestion de crise des armées au monde de l'entreprise. Il donne des outils pour planifier puis conduire une stratégie cohérente et efficace afin de minimiser les conséquences d'une crise.

363.1 FUS

Gabay, Michèle (sous la direction de) .- Communiquer dans un monde en crise. : Images, représentations et médias
Paris : L'Harmattan, 2005. - 152 p. ; 22 cm. - (Communication des organisations)

302.23 CO

Giuily, Eric .- La communication institutionnelle : privé-public, le manuel des stratégies
Paris : PUF, 2009. - 184 p. ; 20 cm. - (Quadrige, 0291-0489. Manuels, 1630-5264) - Bibliogr. p. 179-180. Index.
Les évolutions, les atouts et la gestion de l'image pour les entrepreneurs et dirigeants d'entreprise. L'auteur propose de comprendre la construction et le maintien d'une image corporate à travers divers exemples concrets, particulièrement en temps de crise.

659 GIU

Heiderich, Didier .- Réflexes de communication de crise
Paris : OIC éditions, 2007. - 8 p. ; 30 cm

658.45 HEI

Libaert, Thierry .- Crises, de 1 à 150
3e éd. - Paris : OIC éditions, 2007. - 62 p. ; 30 cm. - (collection 360 °)
Guide pratique permettant d'aborder de manière concrète les questions que posent une communication et une gestion de crise.

658.45 LIB

Libaert, Thierry .- La communication de crise
3e éd. - Paris : Dunod, 2010. - 120 p. ; 18 cm. - (Les topos)

658.45 LIB

Renaudin, Hervé ; Altemaire, Alice .- Gestion de crise : mode d'emploi : principes et outils pour s'organiser et manager les crises
Paris : Liaisons, 2007. - 168 p. ; 24 cm. - (Entreprise et carrières, 1255-1651)
Une méthode pour gérer les situations de crise et les clés pour l'adapter à un contexte spécifique, que ce soit dans des petites entreprises ou au sein de multinationales, dans des organisations publiques ou privées.

658.4 REN

Sartre, Véronique.- La communication de crise
Paris : Demos, 2003. - 156 p. ; 24 cm. - (Communication)

363.1 SAR

Articles

Cohen-Bacrie, Bruno .- Communication de crise : le poids des mots ! : [dossier]
In : La Lettre du cadre territorial, n° 266, 2003, 15 décembre, p. 22-30
Dans le cas d'une catastrophe naturelle ou technologique, le recours à la communication de la part des pouvoirs publics est aujourd'hui un des éléments indispensables avant, pendant et après la crise. En encart, les conseils de consultants, plusieurs témoignages et le cas de la mise en examen d'un maire de commune.

Conseil en communication : dossier
In : L'ENA hors les murs, n° 361, 2006, mai, p. 2-29Contient : La communication désespérément en quête de sens / Karim Emile Bitar. Les nouveaux besoins des entreprises : la revanche du sens / Mercedes Erra. Les nouveaux défis des consultants / Jean-Luc Placet. Les spécificités de la communication publique / Eric Giuily. La communication de crise vue par un préfet / Daniel Cadoux. Une communication dans un contexte de crise sanitaire majeure : l'épidémie de chikungunya à La Réunion / Paul Vergès. Pour une professionnalisation de la communication et de la gestion de crise / Eric Pélisson. Splendeurs et misères de Spin doctors / Jean-Marc Lech. La communication politique et les élections / Jacques Séguéla. Les belles de jour en politique / Philippe Lançon.

"Des coups de poignard dans le territoire ..." : la communication dite de "crise"
In : La Lettre du cadre territorial, n° 250, 2003, 15 mars, p.28-30
A partir d'exemples, l'article s'interroge sur les spécificités de la communication en temps de crise (inondations, tempêtes, marée noire...)

L'Etat communicant : dossier
In : Administration [revue de l'administration territoriale de l'Etat], n° 224, 2009-2010, décembre-janvier, p. 9-124
Contient de nombreux articles sur la communication gouvernementale et des institutions publiques, la communication de défense, la communication de l'Etat en temps de crise, la communication de crise...

Gabay, Michèle .- Concept et outils de la communication de crise
In : Humanisme et entreprise, n°255, octobre 2002, 14 p.
Une crise demande une prise de décision immédiate et la médiatisation exacerbe l'urgence de la prise de décision. Il est important d'avoir caractérisé la crise et sa nature pour pouvoir mettre en place la communication idoine, voire l'anticiper.

Libaert, Thierry .- Communication de crise : le choix des messages
In : Humanisme et entreprise, n°236, 1999, 18 p.
La communication de crise se généralise. On a en des exemples avec la crise de la vache folle, l'affaire Coca-cola... Il est important de la prévoir au sein d'une entreprise pour pouvoir la mettre en place si besoin est. Cet article fait le point sur tous les éléments à prendre en compte pour faire face à une situation de crise, ainsi que sur les différentes stratégies qu'il est possible d'adopter pour faire face au problème.

Santé et communication : dossier
In : Revue de droit sanitaire et social, n° 2, mars-avril 2010, p. 197-263.- Bibliogr. dissém.
Contient : La certification des sites dédiés à la santé en France : apports, limites et perspectives / Hervé Nabarette et Etienne Caniard. Comment organiser aujourd'hui en France la protection des données de santé / Jeanne Bossi. La communication directe des laboratoires pharmaceutiques avec le public : de la police des produits au service des patients ? / Jérôme Peigné. La télémédecine : nouveaux enjeux, nouvelles perspectives juridiques / Maïalen Contis. **La communication de crise au sein de la Direction générale de la santé : la procéduralisation de l'urgence / Aurélia Jennequin**. Le jour ou les journalistes ont (presque) guéri le cancer ... ou l'art délicat du traitement de l'information médicale / Damien Mascret.

Site internet

Magazine de la communication de crise & sensible
http://www.communication-sensible.com/
[consulté le 22/07/2010]
Magazine, édité par l'Observatoire International des Crises, proposant plus de 120 articles en libre accès (à partir d'avril 2006). D'autres dossiers également en libre accès, et des références d'ouvrages sur le sujet (voir notamment la riche partie bibliographie).

Contact : centre.documentation@ena.fr